传统纸媒如何在融媒体时代下发展

摘 要：媒体融合从“相加”向“相融”的阶段深化发展，传统纸媒在中央厨房的流程改造，移动优先的传播变革中，如何打造具有强大传播力、引导力、影响力、公信力的新型主流媒体成为融媒体新时代不得不面对的问题。文章从传统纸媒顺应新时代的发展趋势，发挥各种媒介的优势入手分析，寻求传统纸媒融合发展的路径。本文简单介绍了媒体融合的特点，引出报网融合、采编一体、多元传播的融媒体探索话题。从内容为王走心最重要、拓展渠道构建立体传播体系、转变思维模式构建融媒思维、勇于创新策划先行、传统纸媒与新媒体融合探索市场化改革，五个方面分析了媒体融合如何从“相加”向“相融”发展。坚定正确的立场，坚持职业操守，维护风清气正的网络环境，以优质的内容与独具整合性的策划与科技融合，与传播、平台融合。

关键词：纸媒；融媒体；内容为王；融媒素养
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）07-037-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.07.005

文 / 艳梅

前言

雨打窗棂急，浪拍云崖惊。互联网正以一日千里的速度改变着世界。最初，传统纸媒“触网”，建立官方网站发布以本地新闻为主的内容，很大程度上增强了时效性，受众可以便捷地从网络上直接获取想要的信息，网络留言、贴吧等实时增强了受众与媒体的交流互动。随着媒体融合时代的到来，报网融合、采编一体、多元传播的融媒体探索，让这张新闻纸裹挟着时代的温度。对同一个新闻内容提供不同的传播渠道和阅读体验，正逐渐形成报网融合的“新常态”。

综合运用文字、声像、视频、直播、H5 等传播手段推送信息视为全媒体。它主要有几个特点：媒体传播网络化与数字化；传播主体多元化与融合化；媒体受众碎片化与分众化；媒体形态两极化；产品多媒体化；媒体终端移动化；媒体职能社会化等。

1. 媒体融合如何从“相加”向“相融”

1.1 内容为王，走心最重要

媒体融合，内容为王。精雕细琢的高品质内容是媒体的核心竞争力，并能逐步形成具有强大社会价值的品牌影响力与公信力。在全媒体矩阵传播中要充分发挥其速度、宽度与互动度之长，发挥纸媒报道深度、高度与可信度，补纸媒报道之短深度融合。传统媒体的转型并不是简单的报纸与新媒体相加，而是其内部从管理体制、组织结构、中央厨房建设到人员配置等多个方面的调整，这种整合是为了更好地推出顺应时代发展的内容。内容为王，没有捷径，无论做什么，走心最重要。专注做内容，力求精益求精，充分发挥内容的优势去吸引受众，挖掘焦点话题和情感线索，重视受众的阅读体验与需求并发生强关联，使用接地气的表达方式，做有温度的内容，都是采编人员必须综合考虑的现实问题。公众都愿意为好的内容买单。通过媒体内容、思维、大数据等实现传播效率的最大化和变现，打造传统媒体及其新媒体的品牌价值和品牌栏目的培育，最终实现社会效益和经济效益的“双赢”。

1.2 拓展渠道，构建立体传播体系

从过去的报纸发、网站转向真正的全媒体融合，一次采集、多元生成、多渠道传播，打造“中央厨房”，要顺应互联网平台移动化、社交化、视频化的趋势，构建有效的立体传播体系。对原有采编流程进行数字化改造，初步建立公共采编平台，并朝着前端一次多媒体采集，中端多次融合集成加工，后端向各类平台终端适配、分发，由报纸、网站、微博、微信、客户端等组成全媒体立体传播格局，灵活应用图片、音视频、H5、3D 动漫这些人们喜闻乐见的表现形式，从选题的策划、稿件的采写、标题制作到版式精心打磨，再在最具时效性的时段多渠道推送。如现在被各个媒体广泛利用的移动直播，其以零时差、同步传播的特点，深受受众的欢迎，增强了同步感与报道的吸引力与感染力。这种贴近群众的传播形式，使受众、舆论场和传媒语态得以互融互通。

在新媒体融合时代，一切媒体都是工具。在探索构建立体的传播体系过程中，还要注意与受众的互动。在形式上，通过社交媒体和传统渠道的融合互动，让受众感受到你在关注着他们的关切，同时还可以了解到有多少受众在认真看你的内容。用走心的高质量内容维护受众，调动起活跃性，使其更加持续而稳定，再用他们懂的和喜欢接受的语言去交流，可以有效地增强受众的黏性。毕竟，有品质的流量，才能博得一次次点击量的突破。媒体想要超强大的流量就要注意维护受众的黏性。对受众的留言、反映的问题、提出的疑惑，尤其是涉及民生的内容，要及时反馈，并做进一步跟进报道，一个急百

姓之所急，想百姓之所想，具有服务意识的媒体，一定能获得大众的认可与推崇，以此提高对媒体的关注度和公信力。

1.3 转变思维模式，构建融媒思维

对于传统媒体的编采人员而言，媒体融合是发展的必然趋势，每个人不该成为局外人，要积极转变思维，加强新知识领域的学习，要摆正“小的姿态”成就“大的样子”，在媒体融合进程中找到自己的位置，有所作为。

首先，传统媒体的采编人员要提升融媒素养。通过推动媒体技能培训，单一的编辑、记者逐渐成为能熟练综合运用图片、视频、文字、VR 的运用及制作等全媒体编采人员，善于捕捉亮点，敢于创新，做活媒体融合的转变。人才是第一资源。传统媒体还要注意引进优秀的高技能人才。随着大数据、云科技的高速发展，人才竞争也悄然成为发展的核心竞争力。

其次，采编人员要转变思维模式，构建融媒思维。当记者在采写一个新闻稿件，策划一个选题时，要充分考虑到它将来的多元生成，如在传统纸媒上刊载，表述方式要正规，符合其气质。同时，作为一名融媒体的记者、编辑，还要考虑如何将中规中矩的文字编辑成受众喜欢看的文字，是通过短视频还是 H5 或是视频直播等形式将其呈现出来，如何利用多媒体手段精雕细琢增强传播力与流量。这种思维的渐进形成，也是媒体适应受众需求的一种表现。融是为了更好地互动，更有效地传播。这不仅是工具和方式上的转变，也是每一个传统媒体记者思维上的转变。

最后，要善于从受众的角度确定内容。对百姓关注的天气、停水、停电等信息及时做出预警或提示，只有当受众获得想要了解的东西时，才会调动起关注的冲动。把新闻报道与百姓日常生活相关联，将内容的本地化、深度化与服务化相结合，通过新闻热线、微博、微信等方式，增强与读者的互动，以专业精神解百姓之难，为他们提供权威帮助，增强受众的黏性。

1.4 勇于创新，策划先行

新闻策划就是对某一新闻素材在传播过程中进行的决策和谋划，制定详尽的报道计划，以满足受众知晓的心理需求，从而实现预期的宣传效果。在媒体时代，新闻的编采不再是一个简单的直线流程，而是多层面、创造性的过程。采访时记者要善于发现新闻背后的“新闻”，每到一个时间节点，媒体常常都有要关注的内容，如每年的春运、中高考、黄金周等，如何才能在做好常规报道的基础上做出新意，转变角度，让受众能更加直观、立体、迅捷地了解新闻，感受变化与新气象，这就要提前做好策划。新闻策划需要做到立体性和完整性。细致的采访、深度挖掘是新闻策划的基础；个性化的媒介组合以受众感兴趣的方式呈现等都可以在新闻策划中加以利用。同时，在报道形式上，媒体要勇于创新。如 H5，综合运用文字、图片、影视频等形式，为受众提供别样的阅读体验，令人愉悦。它是移动互联网时代最适合媒体内容创新的技术。勇于创新需要编采人员不断地学习先进的理念和技术，打破固有的思维模式，充盈眼界，在传承中创新，在融合中寻求发展与独树一帜。

1.5 转思路，探索市场化改革

如今，传统纸媒的创收下滑，在融媒体的生态圈里，传统纸媒也要打破过去固有的经营思路，以报纸和新媒体为载体吸引本地企业商家投放广告，逐步探索，进行市场化改革。首先，可以与政府、企业通过承接、推广各种各样的活动，搭建政府、企业与老百姓面对面沟通的各种平台，秉承媒体搭台、企业唱戏、百姓受益的宗旨，共谋发展。其次，要善于利用多媒体手段，如微信、微信二级网页、短视频、现场直播、网站、微博等形式，力求全方位地对企业进行宣传，以此赢得合作企业与广大受众的认可，最终达成长久而稳固的战略合作。最后，多元化产业发展是传统媒体广告经营转变的途径。需要注意的是，在媒体转型中，有些经营者太过突出发布企业的各种信息，扩大宣传的尺度，没有选择性地全盘推送，是不可取的。最好的广告是能产生身心共鸣的高品质作品。精而恰到好处地利用多渠道推送，往往能收到事半功倍的效果。广而告之，也要走心，不能将利益放在第一位。

总结

从“铅与火”“光与电”到“数与网”，融媒体突破了纸媒的局限，缩短了传播时限，增强了媒体与读者的互动，无论怎样融合，都要坚定正确的立场，坚持职业操守，维护风清气正的网络环境，以优质的内容与独具整合性的策划与科技融合，与传播、平台相融合。媒

参考文献

[1] 张少艳 . 媒体编辑应增强新闻的策划能力 [J]. 今传媒，2011（03）.

[2] 刘捷 . 做好融媒体时代的新闻策划 [N]. 山西经济日报，2017（10）.

[3] 龙思薇 . 传媒观点——媒体融合进程中主流媒体的社交渠道转型 [J]. 媒介杂志，2018（06）.

（作者单位：内蒙古自治区呼伦贝尔市呼伦贝尔日报社）